

ครีเอทีฟโฆษณา (นักคิดสร้างสรรค์ผลงานโฆษณา)

เป้าหมายของอาชีพ

เป้าหมายคือ การเข้าใจถึงความต้องการของมนุษย์ และสื่อสารออกไปให้ตรงกับความต้องการและนำเสนอความน่าสนใจด้วยการเข้าไปให้ถึงความรู้สึกภายในจิตใจของผู้รับชม ทำให้ผู้ชมสนใจโฆษณาที่เราสร้างสรรค์ขึ้นหรือต้องการสินค้าที่เราทำโฆษณาออกไป

สิ่งที่อาชีพนี้ต้องทำ

- ➔ รับงานและรับสรุปลิงก์ลูกค้าต้องการ เช่น ลูกค้าอยากขายอะไร ลูกค้าต้องการอะไรบ้าง
- ➔ การนำข้อมูลที่ได้รับสรุปมาตีความ ว่าสินค้านี้ดีอย่างไร จะต้องสื่อสารออกไปอย่างไร รวมทั้งมีข้อแตกต่างจากยี่ห้อหรือบริษัทอื่นอย่างไรบ้าง
- ➔ การวางกลยุทธ์ ซึ่งจะเกี่ยวเนื่องมาจากขั้นตอนที่ 2 ว่าเราจะทำอย่างไร เพื่ออะไรบ้าง
- ➔ การคิดงานว่าจะทำอย่างไรให้ผู้ชมมีความรู้สึกร่วมกับเรา เช่น ใส่มุขตลก ใส่ความเกินจริง ใส่ความเข้าใจความต้องการของมนุษย์ แล้วสื่อสารออกไปให้ผู้ชมรู้สึกว่ายโฆษณารื่องนี้ น่าสนใจ และจดจำสินค้านี้ได้

อาชีพที่ทำงานร่วมกัน

ลูกค้าคือผู้ประกอบการ นักครีเอทีฟโฆษณาจึงต้องสื่อสารกับลูกค้าตลอดเวลาว่าตอนนี้เขาต้องการอะไร งานคืบหน้าถึงไหน การตลาดของบริษัทอื่นๆ ที่ขายสินค้าชนิดเดียวกันเป็นอย่างไร ต้องมาพูดคุยข้อมูลข่าวสารที่เป็นปัจจุบัน โดยจะมีคนวางกลยุทธ์ซึ่งจะวางแผนว่าเราควรจะไปทิศทางไหน มีตารางการทำงานอย่างไร คอยช่วยดูแลควบคุมการทำงานและเจอลูกค้า รวมถึง AE (Account Executive) ที่จะเป็นคนคอยประสานงานระหว่างครีเอทีฟโฆษณา คนวางกลยุทธ์ และลูกค้า ในส่วนของการผลิตชิ้นงานจะมีฝ่ายผลิตซึ่งจะนำเอาสิ่งที่เราคิดและภาพที่ต้องการเห็นมาทำให้เป็นจริง เรียกว่าเป็นคนที่ทำความคิดของเราให้เป็นรูปเป็นร่างขึ้นมา

สถานที่ทำงาน

ครีเอทีฟโฆษณาสามารถทำงานในบริษัทโฆษณา หรือแม้แต่ครีเอทีฟในบริษัทที่ทำหนังสือ เป็นต้น อาจจะพูดง่ายๆ ได้ว่า โฆษณาอะไรที่เราเห็นผ่านสื่อต่างๆ จะมีครีเอทีฟทั้งหมด

ช่วงเวลาในการทำงาน

อาชีพนี้มีเวลาทำงานที่ไม่แน่นอนเหมือนอาชีพอื่นๆ ซึ่งทำงาน 8 ชั่วโมงต่อวัน การทำงานของอาชีพนี้ขึ้นอยู่กับความคิดของเราและความเร่งรีบของงาน บางงานอาจจะทำวันละนิดหรือกลับกันอาจจะต้องอดหลับอดนอนทำงานหลายวันก็เป็นไปได้ บางวันทำงานแบบไม่รีบร้อนแต่บางวันอาจต้องพร้อมรับกับตารางเวลาการทำงานที่ค่อนข้างกดดัน เช่น ทำงาน 2 วันติดต่อกัน



ทักษะความสามารถที่ต้องใช้

ครีเอทีฟโฆษณาที่ดีควรมีความรู้ ความเข้าใจ และมีข้อมูลที่สะสมไว้ค่อนข้างเยอะ ซึ่งการอ่านเยอะ ดูเยอะ พูดคุยเยอะ จะช่วยได้มาก อีกทั้งถ้ามีความรู้ในการคิด กลยุทธ์ทางการตลาดจะช่วยให้งานของเราไม่ได้มีแค่ ความแปลกใหม่อย่างเดียวแต่จะมีความน่าสนใจ ในระยะยาวได้

ความสามารถที่จำเป็นอีกด้านหนึ่งคือ ความสามารถทางการสื่อสารในการนำเสนอและการพูดโน้มน้าว หากเรามีไอเดียที่ดีมากๆ แต่เราไม่สามารถสื่อสารเพื่อนำเสนอไอเดียนั้นให้ลูกค้า เข้าใจได้เท่ากับเราได้พลาดโอกาสที่จะได้ทำงานต่อไป นอกจากนี้ครีเอทีฟโฆษณาที่ดีจะต้องพกปากกา กับ สมุดติดตัวเพราะไอเดียของเราอาจจะเกิดขึ้นตอน ไหน ที่ไหนก็ได้ เราจึงต้องมีเครื่องมือเพื่อบันทึก ไอเดียนั้นๆ



คุณค่าของอาชีพ

สิ่งที่ได้เรียนรู้จากอาชีพนี้คือ ได้เห็น ได้รู้โลกที่กว้างขึ้น เพราะเราต้องทำการบ้าน ต้องอ่าน ต้องค้นคว้า ต้องดู ต้องเห็น ให้เยอะเท่ากับคนที่เชี่ยวชาญที่สุดในเรื่องนั้นๆ ให้ได้ เพื่อสื่อสาร ออกไปไม่ให้ตกยุคหรือหลุดจากความสนใจของผู้คน

ส่วนผลเสียต่อตัวของผู้ที่ประกอบอาชีพนี้ หลักๆ เป็นเรื่องสุขภาพ เพราะหลายๆ งานที่เร่งรีบเราจะไม่ค่อยมีเวลา พักผ่อน และต้องเจอความเครียดจากตารางการทำงานที่ต้อง ใช้ความรวดเร็ว

เส้นทางการเติบโต

ในวงการโฆษณา การเข้ามาทำงานเป็นครีเอทีฟโฆษณา จะสามารถเลือกได้ 2 สายคือ Copywriter (คิดคำภาษาพูด คำโปรย เป็นต้น) และ Art Director (คิดไอเดียภาพ การ นำเสนอเป็นภาพโดยร่างเป็นรูป เป็นฉากขึ้นมาก่อน) 2 อย่างนี้ เรียกรวมกันว่าครีเอทีฟ

เมื่อทำงานจนมีประสบการณ์มากขึ้นจะได้เป็น Creative Director (CD) หรือหัวหน้าทีม Creative และเลื่อนไปเป็น Executive Creative Director (ECD) ที่นับว่าเป็นจุดสูงสุด คอยดูแลเป้าหมายของโฆษณา



ช่องทางศึกษาความรู้เพิ่มเติม

การดูตัวอย่างในยูทูป (youtube) จำพวกงาน รางวัลต่างๆ เช่น Cannes Film Festival, BAD Award ซึ่งเป็นของไทยหรือหากอยากดูในสไตล์โฆษณาโปสเตอร์หรือ โฆษณาในหน้านิตยสารจะเป็นเว็บไซต์ adsoftheworld.com